

Sororidad e interseccionalidad de género en la ficción estadounidense: *The Bold Type* como caso de estudio

Sisterhood and gender intersectionality in American fiction: The Bold Type of a case study



Noemí Morejón-Llamas. Doctora en Periodismo y máster en Comunicación Institucional y Política por la Universidad de Sevilla. Acreditada por la ANECA como Profesora Contratada Doctora, actualmente desempeña su labor como Profesora Adjunta (Contratada Doctora) en el Departamento de Comunicación y Educación de la Universidad Loyola Andalucía, en el que imparte las asignaturas de Géneros Periodísticos e Historia del Periodismo. Anteriormente ha sido profesora en el Centro Universitario San Isidoro (Universidad Pablo de Olavide) y ha trabajado en el Consejo Audiovisual de Andalucía. Fue becada por el Senado de España para formarse en comunicación institucional y política en 2013-2014. Sus líneas de investigación se centran en los movimientos sociales en red, la comunicación política e institucional en redes sociales, la desinformación científica y política y la representación de las mujeres en los medios de comunicación y en la ficción audiovisual.

Universidad Loyola Andalucía, España

nmorejon@uloyola.es

ORCID: 0000-0001-6927-1931

Recibido: 28/02/2024 - Aceptado: 18/07/2024 - En edición: 09/09/2024 - Publicado

Received: 28/02/2024 - Accepted: 18/07/2024 - Early access: 09/09/2024 - Published:

Resumen:

Las plataformas VOD revalorizan la producción de series de ficción, creando nuevas identidades que convergen con la diversidad sexual y la multiculturalidad de la Cuarta Ola Feminista. El propósito de este trabajo persigue verificar si la serie estadounidense *The Bold Type*, enmarcada por la crítica como trasgresora desde una perspectiva de género, lo es según la composición de su equipo técnico, la representación de sus protagonistas y las temáticas abordadas. Los resultados arrojan superioridad femenina en la creación y el desarrollo técnico, aunque infrarrepresentación en sectores como la postproducción y la música. También reflejan nuevos roles y neo-arquetipos, que describen a mujeres autosuficientes, emprendedoras, comprometidas y solidarias entre ellas. Se introducen nuevos debates sobre salud feme-

Abstract:

Video-on-demand (VOD) platforms revalue the production of fictional series, creating new identities that converge with the sexual diversity and multiculturalism of the Fourth Wave of Feminism. This study aims to verify whether the American series The Bold Type, described by critics as transgressive from a gender perspective, is based on the composition of its technical team, the portrayal of characters and the themes and issues addressed. The findings show a female predominance in creation and technical development, although there is underrepresentation in sectors such as postproduction and music. New roles and neo archetypes are also introduced, depicting self-sufficient, entrepreneurial women who are committed to and supportive of each other. New discussions about women's health, as well as sexual, social, and labour demands,

Cómo citar este artículo:

Morejón-Llamas, N. (2025). Sororidad e interseccionalidad de género en la ficción estadounidense: *The Bold Type* como caso de estudio. *Doxa Comunicación*, 41.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n41a2217>



Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0

nina, así como sobre reclamos sexuales, sociales y laborales, desde una interseccionalidad multicultural y sexual. *The Bold Type* escenifica los graves problemas de conciliación y la postergación o rechazo a la maternidad, lo que la convierte en una serie feminista por su contenido, aunque bajo una órbita capitalista que hace apología de la belleza y el lujo, imposibilitando conocer la diversidad de estas mujeres en diferentes contextos socioeconómicos que aporten nuevas voces al panorama televisivo.

Palabras clave:

Esteretipos; narrativas audiovisuales; serie de televisión; género, interseccionalidad; *The Bold Type*.

are introduced from a multicultural and sexual intersectionality perspective. The Bold Type depicts the serious issues of work-life balance and the postponement or rejection of maternity, making it a feminist series in its content. However, it operates within a capitalist orbit that glorifies beauty and luxury, preventing understanding the diversity of these women in different socioeconomic contexts, which could offer new voices to the television landscape.

Keywords:

Stereotypes; audiovisual narratives; TV series; gender; intersectionality, The Bold Type.

1. Introducción

En la producción serializada, revalorizada por las plataformas *Video-On-Demand* (Cascajosa-Virino, 2018; Mateos-Pérez y Ochoa-Sotomayor, 2016) el género femenino continúa infrarrepresentado (Cascajosa-Virino, 2019), lo que impide una evolución más acelerada en la creación de nuevos discursos y enfoques que representen a las mujeres. Cuando se hallan productoras de éxito como Teresa Fernández-Valdés, co-fundadora de Bambú Producciones y creadora de producciones exitosas como *Las Chicas del Cable* (Netflix, 2017-2020), se comprueba que la autoría femenina y su sello en las series está condicionado en términos lucrativos (López y Raya Bravo, 2019). De ahí la necesidad de continuar con el análisis interseccional feminista (Contreras y Alfaro-Beracoechea, 2021), sobre los estereotipos, roles y arquetipos de las mujeres y las nuevas masculinidades en el audiovisual, aunque sin «despegarse de un análisis del capitalismo y de sus estrategias de cooptación de las identidades con fines de consumo» (Bonavitta y De Garay-Hernández, 2019: 219).

Aunque con lentitud, se están equiparando los equipos técnicos y artísticos (Cascajosa-Virino, 2017), más desde el surgimiento de movimientos como #MeToo o #TimesUp (Garrido y Zaptsi, 2021). Esta evolución está alcanzando sectores masculinizados del cine, como el montaje y la postproducción (Gutiérrez-San Miguel et al., 2020). Gracias al crecimiento de las producciones serializadas dirigidas y protagonizadas por mujeres (Gavilán, et al. 2019), se atisba una tendencia que apuesta por el feminismo detrás y delante de la pantalla, articulando «un panorama televisivo más igualitario e inclusivo» (Garrido y Zaptsi, 2021: 21).

Esta exponencial producción y distribución de contenidos parece traer más protagonismo femenino con el cambio de siglo (Hidalgo-Marí, 2017; Mateos-Pérez, 2021) y nuevos arquetipos y estereotipos que se alejan de aquellos productos culturales que infrarrepresentaban y estereotipaban a las mujeres (Belmonte y Guillamón, 2008; Mancinas-Chávez y Morejón-Llamas, 2012). En especial, desde la aparición de estas plataformas VOD que, gracias a la tecnología, hipersegmentan a las audiencias (Bernández-Rodal, 2017), produciendo seriales que satisfacen las necesidades de sus públicos (Fernández-Manzano et al., 2016) con gran pluralidad de temáticas y voces para todos los gustos. En este sentido, Netflix, Prime Video o HBO asumen temáticas y discursos de la Tercera y Cuarta Ola Feminista, que se enfocan en la interseccionalidad y la violencia de género (Garrido-Rodríguez,

2021), abanderando nuevas identidades y abordando los problemas de estas minorías, un asunto que asoma con timidez en las principales cadenas de televisión tradicionales (Smith, 2020).

El retrato de las mujeres en las series de ficción ha sido ampliamente estudiado, dado el carácter transformador y socializador de la televisión (Menéndez-Menéndez y Zurian, 2014). Estos productos culturales reflejan estereotipos y arquetipos que aportan significados (Galán, 2006) y construyen la identidad del telespectador, pues las series de televisión actúan como vehículos «para unos públicos altamente individualizados y cibernéticos» (Morejón-Llamas, 2020: 126); y en mayor medida, con el surgimiento de este tipo de consumo bajo demanda (Cascajosa-Virino, 2018). Esta regeneración en las protagonistas y sus discursos contribuye a que las audiencias interioricen mediante modelado simbólico (Yubero-Jiménez, 2004), nuevos roles y temáticas, a fin de cubrir la necesidad de representar «más modelos alternativos y matizados en las series, personajes que escapen a los estereotipos de género y a los modelos heteronormativos» (Masanet y Fedele, 2019: 22), que son igual de importantes en la adolescencia que en la edad adulta (Marcos-Ramos y González-de-Garay, 2021).

Esta capacidad propicia la observación, desde una perspectiva de género, desde comienzos del siglo XXI (Belmonte y Guillamón, 2008; Coronado y Galán, 2015; Galán, 2006, 2007; Gordillo-Álvarez et al., 2009) con la finalidad de estudiar la construcción de las protagonistas y sus tramas, y detectar si estas se corresponden con la realidad y escenifican los nuevos contextos familiares, laborales y sociales.

Las nuevas series se pegan a la realidad para urdir las tramas y desarrollar sus personajes. Esto convierte a la obra televisiva en un terreno fértil donde plantear temas actuales en debate que transitan y aluden a las identidades, los imaginarios colectivos, las representaciones y los discursos sociales. (Mateos-Pérez, 2021: 172)

De estos estudios se deduce un mayor protagonismo femenino en los últimos años, así como mayor diversidad en sus perfiles y roles (Cascajosa-Virino, 2017; Lacalle y Gómez-Morales, 2018; Menéndez-Menéndez y Zurian, 2014), a pesar de que sigan existiendo representaciones patriarcales a nivel nacional e internacional (Bonavitta y De-Garay-Hernández, 2019; Gavilán et al., 2019; Mateos-Pérez, 2021; Parra-García, et al., 2019). En España, los estudios demuestran una infrarrepresentación de género y escasa diversidad sexual, así como una brecha profesional, con alta prevalencia del entorno doméstico y una minoración en el desempeño de sus funciones laborales; también mujeres emocionales y no racionales (De-Caso-Bausela et al., 2020).

El catálogo de series existentes, así como la literatura científica sobre ellas, revela que el nuevo escenario de las mujeres es el trabajo y, por ello, se ha examinado a las protagonistas en sus entornos familiares y profesionales, así como su capacidad de conciliación, lo que ha permitido determinar que existe una paulatina aceleración en la producción estadounidense (Medina-Bravo et al., 2009; Sánchez-Aranda et al., 2011), aunque no tanto en la española (Hidalgo-Marí, 2017; Lacalle y Gómez, 2016; Ruiz-Muñoz y Pérez-Rufí, 2020; Tous-Rovirosa y Aran-Ramspott, 2017) ni en la latinoamericana (Mateos-Pérez y Ochoa-Sotomayor, 2016). Sin embargo, existen series de televisión que rompen los estereotipos de género y representan a las mujeres empoderadas (Pardilla y Sosa Sánchez, 2018) y solidarias entre ellas (Cuenca-Orellana y Martínez-Pérez, 2020), acabando con esa rivalidad tan escenificada en el siglo anterior. Algunos productos también plasman la transformación del entretenimiento posfeminista hacia un feminismo cada vez más comprometido políticamente, aunque desde una órbita neoliberal (Fegitz, 2023). Aun así, existen carencias temáticas que impiden visibilizar, por ejemplo, problemas de salud femenina como el cáncer de mama (Lacalle y Gómez-Morales, 2018) o cuestiones como el aborto (Hidalgo-Marí y Palomares-Sánchez, 2020), tan presentes en nuestra sociedad.

La paulatina evolución de la representación femenina en las series de ficción explica la necesidad de estudiar aquellos productos considerados feministas, ya sea para convertirlos en modelos coeducativos (Belmonte y Guillamón, 2008), como para desmitificarlos en el caso de exponer estereotipos patriarcales, de ahí que el objetivo principal de esta investigación sea analizar la serie de ficción coral estadounidense *The Bold Type* (2017-2021), juzgada por medios de comunicación y expertos (Fegitz, 2023; Kornfield y Long, 2023) como una serie feminista. El propósito principal del estudio pretende verificar esta información mediante la revisión de los arquetipos, los estereotipos, los discursos y las temáticas presentes en *The Bold Type* desde una perspectiva de género. Para ello, se plantean como objetivos específicos:

- OE1. Analizar la presencia de las mujeres delante y detrás de las cámaras.
- OE2. Estudiar el perfil y el rol de las protagonistas dentro de su propio relato como casos representativos de estudio.
- OE3. Identificar las tramas contextualizadas en la Cuarta Ola Feminista, caracterizadas por la lucha contra cualquier violencia hacia la mujer y la paridad entre hombres y mujeres en cualquier ámbito.

2. Metodología

Para la selección de la muestra se tuvo en cuenta los siguientes criterios: a) que fuese una serie protagonizada por mujeres en la primera edad adulta, dentro del rango 25-35 años; b) que se tratase de una serie coral (Ruiz-Muñoz y Pérez-Rufí, 2020) para poder conocer diferentes voces; c) que estuviese siendo distribuida en *streaming* en diferentes plataformas, en este caso en Freeform, Hulu, Prime Video y Netflix –la pluralidad de plataformas fomenta la difusión y visualización internacional–; y d) que fuese considerada y catalogada por los medios de comunicación y la crítica como una serie feminista, a fin de verificarla.

The Bold Type (2017-2021) es una serie estadounidense inspirada en la vida de la editora-jefa de *Cosmopolitan*, Joanna Coles. Creada por Sarah Watson y producida por Universal Television para Freeform. Emitió su primer capítulo en 2017 y finalizó en 2021 después de 5 temporadas y 52 episodios. Su distribución ha dado el salto desde Hulu a Prime Video y Netflix, conquistando a una audiencia femenina que la puntuó con 7,8 sobre 10 en IMDb y aglutina a 469 mil seguidores en Instagram (@theboldtypetv).

Esta ficción coral protagonizada por mujeres, e interpretada por Katie Stevens, Aisha Dee, Meghann Fahy y Melora Hardin, narra sus aventuras profesionales en la revista *Scarlet* desde diferentes departamentos, como el de moda, redes sociales y redacción, y con diversidad jerárquica –Jacqueline como mentora y *gatekeeper*, Kat como directora y Sutton y Jane como aprendices–. La serie también relata las vivencias amorosas de sus protagonistas en Manhattan, al estilo de otros productos como *Sex in the City* (HBO, 1998-2004), *Gossip Girl* (The CW, 2007-2012) o *Girls*, (HBO, 2012-2017) hibridando el ámbito profesional con el personal y el social.

Esta serie ha sido elogiada por diversos medios de comunicación españoles (Tabla 1), que han pregonado el discurso trasgresor de la serie y sus personajes. Pero no solo los medios aprecian el talante feminista, también el público, según el estudio presentado por Gavilán et al. (2019), que reflexiona sobre la percepción de las mujeres ante esta serie y la influencia que ejerce en sus preferencias, actitudes y juicios. En el mismo se apostilla una apuesta por la normalización de los cuerpos, una exposición de nuevos escenarios laborales y la implicación de las protagonistas en la lucha de género. Aun así, existen discrepancias por la idealización de sus trabajos y la necesidad de recurrir a las relaciones amorosas como significado de la felicidad.

Tabla 1. Titulares publicados en medios digitales sobre *The Bold Type*

Fecha	Medio	Titular
30/06/2018	elpais.com	'The Bold Type', mujeres que apoyan a mujeres
25/08/2018	lavanguardia.com	Por qué 'The Bold Type' es la serie ligera y feminista que te pide el cuerpo
07/05/2019	vogue.es	Moda, amistad y feminismo en 'The Bold Type', la última serie que me ha hecho feliz.
03/08/2019	fotogramas.es	'The Bold Type': La serie feminista de Amazon Prime Video perfecta para el verano
03/09/2019	elconfidencial.com	'The Bold Type' (Amazon): la serie feminista que todas las adolescentes deberían ver
16/03/2021	larazon.es	Moda, FEMINISMO y amistad en 'The Bold Type', la última serie que ha enamorado a Mery Turiel y que deberías ver este 8M
16/03/2021	smoda.elpais.com	'The Bold Type' le da vuelta al estereotipo de la directora tirana

Fuente: elaboración propia

Tras un análisis bibliográfico y hemerográfico para abordar el estado de la cuestión, se estudió la composición y paridad en el equipo artístico-técnico, aplicando el *Inclusion Rydel* de Stacy L. Smith (Gutiérrez-San Miguel et al., 2020), que considera necesario al menos un 50% de mujeres detrás de las cámaras. Este análisis se llevó a cabo mediante la ficha técnica incluida en la web IMDb y los créditos aparecidos en los capítulos visualizados.

Para estudiar a las protagonistas, sus discursos y temáticas, se empleó el análisis de contenido (Piñuel, 2002), tras la visualización de las cuatro primeras temporadas, al no estar disponible la última en Netflix ni Prime Video en España. El total de la muestra comprende 46 episodios (T1, 10; T2, 10; T3, 10; T4, 16), con una duración media de 45 minutos cada uno. Para el análisis se aplicó la siguiente ficha de elaboración propia *ad hoc*, tras un primer visionado de la serie (Tabla 2), inspirada en la dimensión física, psicológica y sociológica (Galán, 2006, 2007), y en la dimensión conductual (Gordillo-Álvarez et al., 2009) de las protagonistas, con objeto de detectar la representación de estereotipos sobre los que se construyen los personajes femeninos (Menéndez-Menéndez y Zurian, 2014) y el desafío feminista mediante discursos, actitudes y relaciones.

Finalmente, se procedió a definir las nuevas temáticas centradas en los conflictos femeninos desde una perspectiva interseccional, haciendo hincapié en axiomas propios del feminismo (Donstrup, 2022:31): feminismo liberal (individualismo, derechos igualitarios en el mercado, igualdad legal y política), feminismo radical (patriarcado, lo personal es político, sororidad, denuncia de la violencia machista, mito amor romántico), feminismo racial (racismo, opresión múltiple, diferencias entre las mujeres) y feminismo posmoderno (deconstrucción de la identidad de género, antifundamentalismo). De esta forma se comprenderá el comportamiento y la interacción de estas mujeres (Gordillo-Álvarez et al., 2009) con la Cuarta Ola Feminista (Aguilar-Barriga, 2020; Garrido-Rodríguez, 2021).

Tabla 2. Ficha de análisis de personajes

Variables	Categorías
Física	Edad: joven (15-24), joven/adulta (25-44), adultas (45-64), mayores de 65.
	Origen cultural/étnico: caucásica, afroamericana, árabe, asiática.
	Aspecto físico: atractiva/muy atractiva, normal, poco atractiva.
	Forma de vestir: elegante, sexy, casual/deportiva, masculina.
Psicológica	Personalidad: extrovertida, introvertida.
	Temperamento: intuitivo, perceptivo, reflexivo, sensitivo.
	Objetivo/metas: ascenso en la jerarquía profesional, convertirse en buen profesional, necesidad económica, altruismo.
Sociológica	Orientación sexual: heterosexual, homosexual, bisexual, queer.
	Estado civil: soltera, casada, divorciada/separada, viuda.
	Estabilidad en las relaciones: estable, cambiante.
	Número de hijos: sin hijos, 1, 1-2, más de 2.
	Nivel económico: alto, medio, bajo.
	Profesión: periodista, editora, marketing/comunicación, fotógrafa.
Conductual	Discursos: referencias al feminismo, a la diversidad sexual, étnica, religiosa o política, violencias hacia las mujeres.
	Actitudes: valencia (positiva, negativa, neutra), actividad (proactiva, reactiva), motivación (interesada, altruista), valoración de estímulos (emocional, racional).
	Relaciones: integradora, manipuladora, pasiva, agresiva, asertiva, permisiva.

Fuente: elaboración propia

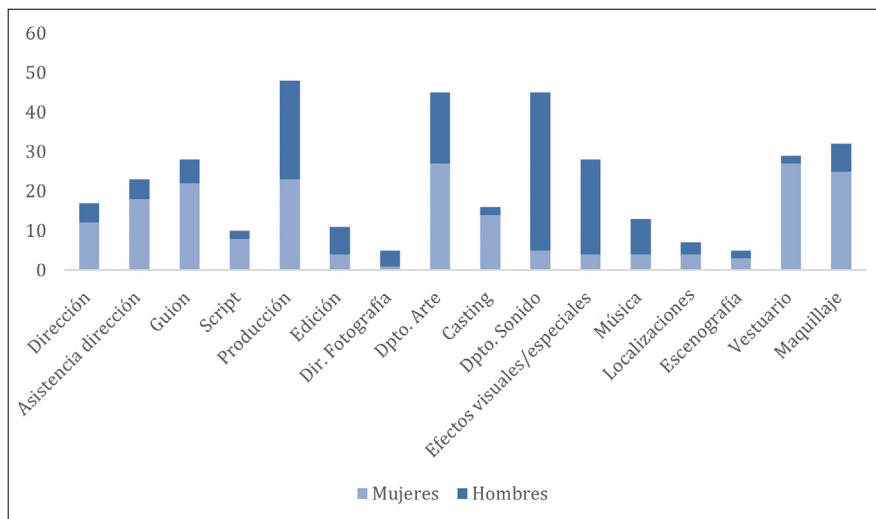
3. Resultados y discusión

3.1. Protagonismo con excepciones

La aplicación del test Inclusión Rydel en el equipo de actuación nos ofrece una paridad entre hombres y mujeres que se manifiesta con cierta superioridad en el género femenino hasta alcanzar las 43 mujeres (58,11%) frente a los 31 hombres (41,89%). Al dividir a los actores y actrices en franjas según su aparición, observamos lo siguiente: entre los personajes principales, aquellos que protagonizan entre 30 y 52 capítulos, hay 5 mujeres (55,56%) y 4 hombres (44,44%). En la categoría de personajes secundarios, con apariciones entre 15 y 29 episodios, se encuentran 1 mujer (33,33%) y 2 hombres (66,67%). Para los personajes eventuales, que participan en 5 a 14 capítulos, contamos con 9 mujeres (64,29%) y 5 hombres (35,71%). Finalmente, en el grupo de personajes esporádicos, con apariciones en 2 a 4 episodios, hay 28 mujeres (58,33%) y 20 hombres (41,67%). Cabe reseñar que, en el departamento de especialistas, cuyos actores también se encuentran frente a las cámaras para asumir el doblaje de riesgo, figuran dos mujeres para el doblaje de Aisha Dee y Katie Stevens y un hombre que participa como conductor en un episodio. Aquí también predominan las mujeres en un 66,67% frente a la cifra masculina que se reduce a un 33,33%.

Detrás de las cámaras (Gráfico 1) se exponen datos significativos que, dependiendo del sector analizado, aseveran infrarrepresentación. Al computar todos los cargos hallamos una prevalencia femenina con 201 mujeres (55,52%) frente a los hombres, que ocupan 161 puestos (44,48%). Al disgregar por sectores evidenciamos una dominancia femenina en el departamento de dirección, ya sea como directoras (12 mujeres; 70,59%) o como asistentes de dirección (18 mujeres; 58,06%), también en el guion (22 mujeres, 75,86%) y en el *script* (8 mujeres, 80%).

Gráfico 1. Composición del equipo técnico-artístico



Fuente: elaboración propia

Menos significativa es la diferencia en la producción (23 mujeres, 47,92%; 25 hombres, 52,08%), aunque en este departamento sí resulta llamativo que sean los hombres los que despunten en la jefatura de producción (4 mujeres, 26,67%; 11 hombres, 73,33%). En cambio, en el diseño de producción, tan solo un hombre y una mujer asumen el rol, aunque él solamente lo hará de manera anecdótica en un episodio respecto a ella, que se responsabilizará en 51 episodios. El equipo de escenografía (3 mujeres, 60%; 2 hombres, 40%) y el de localizaciones (4 mujeres, 57,14%; 3 hombres, 42,86%), exhibe una composición equilibrada.

Asimismo, la prevalencia de mujeres es notoria en departamentos como el de arte, cuya dirección es copada por 2 mujeres (66,67%) y un único hombre (33,33%), al igual que en el propio departamento de arte, compuesto por 25 mujeres (59,52%) y 17 hombres (40,48%). La presencia femenina es exponencial en casting (14 mujeres, 87,5%; 2 hombres, 12,5%), en vestuario (27 mujeres, 93,1%; 2 hombres, 6,9%) y en maquillaje (25 mujeres, 78,13%; 7 hombres, 21,87%). No obstante, hay diversos sectores del equipo artístico-técnico en los que existe un claro dominio del género masculino. Este es el caso del departamento de edición (4 mujeres, 36,36%; 7 hombres, 63,64%), de dirección de fotografía (1 mujer, 20%; 4 hombres, 80%), de sonido (5 mujeres, 11,11%; 40 hombres, 88,89%), de efectos visuales y especiales (4 mujeres, 14,29%; 24 hombres, 85,71%) y de música (4 mujeres, 30,77%; 9 hombres, 69,23%).

El estudio de la presencia de las mujeres delante y detrás de la pantalla ofrece datos relevantes, demostrando una equiparación en términos generales (Cascajosa-Virino, 2017) y contribuyendo positivamente al movimiento #TimesUp, dentro -mujeres directivas como protagonistas- y fuera de la pantalla. Tras la aplicación del test se constata que *The Bold Type* cumple en la mayoría de departamentos el 50% necesario, sin embargo, se confirma una infrarrepresentación en sectores asociados al género masculino como la jefatura de producción, el departamento de edición, la dirección de fotografía, el departamento de sonido, el de efectos visuales y especiales y el de música, coincidiendo con otros estudios como el de Gutiérrez-San Miguel et al. (2021). Asimismo, existen departamentos feminizados como los de casting, vestuario y maquillaje. A pesar de su infrarrepresentación en esos sectores, que tradicionalmente han estado sexualizados en la industria del entretenimiento, el peso de la dirección y el guion recae en ellas, dotando a la serie de una voz, la de su creadora Sarah Watson, y un equipo femenino que concibe historias de, por y para mujeres.

3.2. Sororidad femenina ante el crecimiento personal y profesional

La dimensión física de las protagonistas (Tabla 3) revela una presencia de mujeres jóvenes/adultas (Jane, Kat y Sutton) y adultas (Jacqueline) en las que predominan el origen cultural caucásico, en tres ocasiones, en detrimento del afroamericano, en una. Estas mujeres tienen en común el cumplimiento de los cánones de belleza impuestos por la industria del entretenimiento (Kornfield y Long, 2023), aunque no son mujeres perfectas ni usan su atractivo para conseguir sus propósitos, por lo que se las aleja de esa imagen de *femme fatale*, mujer aprovechada o mujer objeto, expuestas en series femeninas de televisión como *Mujeres Desesperadas* (ABC, 2004-2012), *Revenge* (ABC, 2012-2015), *Gossip Girl* (The CW, 2007-2012) o *Pretty Little Liars* (Freeform, 2010-2017) (Morejón-Llamas, 2020), entre otras. Adena, personaje recurrente, es de origen árabe y muy atractiva, también. Quizás, la única mujer que escapa a los cánones de belleza es Sage, periodista y compañera en *Scarlet*, que, a pesar de aparecer en más de 30 episodios, no tiene historias ni intervenciones propias y no será considerada para este análisis.

Las protagonistas utilizan sus prendas para expresar sus emociones y su personalidad: Jane, sexy por fuera, tímida por dentro; Kat, reivindicativa, creativa y atrevida; Sutton, elegante, dulce y segura de sí misma; Jacqueline, elegante, empoderada, decidida y feminista. Existen escenas en las que se habla de agresiones sexuales, aborto, techo de cristal y lucha feminista en las que las protagonistas usan el color rojo como sinónimo de empoderamiento (T1E4, T2E1, T3E2, por ejemplo).

La dimensión psicológica muestra una mayor representación de mujeres extrovertidas, enfocadas en sus carreras profesionales, como es el caso de Jane y Sutton. Esto permite que las tramas profundicen en sus cuestiones internas. Por otro lado, Kat y Jacqueline exhiben un enfoque altruista y comprometido, reflejando una comprensión de sus trabajos y responsabilidades sociales.

Tabla 3. Dimensiones física, psicológica, sociológica y conductual de las protagonistas

Personajes	Dimensiones
Jane	F: Joven/adulta, caucásica, muy atractiva, viste sexy.
	P: Introversa, reflexiva, sensitiva, busca onvertirse en buena profesional.
	S: Heterosexual, soltera, relaciones cambiantes, sin hijos, nivel económico alto, periodista, cualificación media.
	C: Discursos: feminismo, sexualidad, violencia sexual, salud femenina. Actitud: negativa, reactiva, interesada, emocional. Relaciones: Integradora, pasiva.
Kat	F: Joven/adulta, afroamericana, atractiva, viste casual/deportiva (en ocasiones, masculinizada).
	P: Extrovertida, perceptiva, sensitiva, altruismo.
	S: <i>Queer</i> , soltera, relaciones cambiantes (infidelidad), sin hijos, nivel económico alto, directora de redes sociales, cualificación superior.
	C: Discursos: feminismo, diversidad sexual, activismo político, diversidad étnica, nuevas tecnologías. Actitud: positiva, proactiva, altruista, emocional. Relaciones: integradora, agresiva.
Sutton	F: Joven/adulta, caucásica, muy atractiva, viste elegante (dulcificada).
	P: Extrovertida, intuitiva, perceptiva, ascenso en la jerarquía profesional.
	S: Heterosexual, soltera/casada, relaciones cambiantes (infidelidad), sin hijos (un aborto), nivel económico bajo (alto desde su matrimonio), ayudante de moda, cualificación inferior.
	C: Discursos: feminismo, superación profesional, rechazo a la maternidad. Actitud: positiva, proactiva, interesada, racional. Relaciones: manipuladora, agresiva.

Jacqueline	F: Adulta, caucásica, muy atractiva, viste elegante.
	P: Extrovertida, perceptiva, reflexiva, altruismo.
	S: Heterosexual, casada/separada, relación estable (crisis y aventura amorosa), con dos hijos, nivel económico muy alto, editora, directiva.
	C: Discursos: Feminismo, violencia hacia las mujeres, techo de cristal, conciliación laboral. Actitud: positiva, proactiva, altruista, racional. Relaciones: integradora, asertiva.

***Nota: F=Física; P=Psicológica; S=Sociológica; C=Conductual.**

Fuente: elaboración propia

El personaje de Kat, birracial y *queer*, se ajusta al neo-arquetipo de mujer luchadora-heroina (Garrido y Zaptsi, 2021), que combate, desafía límites y se siente en el deber de salvar a todos. Kat lucha incansablemente por las cuestiones que le afectan por su birracialidad y por su condición sexual. Comienza como «orgullosa hetero» (T1E1) y termina definiéndose como bisexual y después como *queer* a lo largo de la serie. Su lucha es interseccional y ocupa el feminismo –#metoo, #Timesup, #bodypositive– y el racismo –#blacklivesmatter–, como se menciona en los capítulos. Por esto, se centra en el ciberacoso, los discursos de odio en las redes sociales, el temor al cuerpo de las mujeres, los derechos y la igualdad, el activismo político femenino, la lucha por la libertad creativa, la diversidad étnica y la pluralidad religiosa.

Jacqueline, la jefa, demuestra un afán altruista en la capacidad que tiene para contribuir a la formación desinteresada de sus trabajadoras en la redacción de Scarlet, rompiendo aquellos estereotipos de género que asocian los cargos de responsabilidad con la rivalidad femenina y dibujan a las mujeres exitosas como altivas y duras (Lacalle y Gómez, 2016). El arquetipo que representa Jacqueline es, por tanto, el de mujer luchadora-gobernante (Garrido y Zaptsi, 2021), con capacidad para influir, dominar y liderar en el plano profesional y en el familiar. Esto destruye la negativa representación de las mujeres directivas en otros productos audiovisuales de la misma temática como *El diablo viste de Prada* (David Frankel, 2006). La jefa es jefa, pero, ante todo, es mujer y, por ello, se siente en la obligación de apoyar a su equipo para que estas vuelen alto. Las tres jóvenes adultas se apoyan sin juzgarse, trabajan en comunidad contra las injusticias y se ayudan para impulsarse en el terreno laboral.

The Bold Type dibuja, como adelantamos con el personaje de Kat, un amplio abanico de sexualidades (Lotz, 2001), centrando los principales nudos y desenlaces en la aceptación de la propia identidad sexual y en las dudas que despierta el proceso de reconocimiento. Sin embargo, en el ámbito laboral y social se asume una normalización del colectivo LGTBI+ (Marcos-Ramos y González-de-Garay, 2021). De hecho, las tramas se enfocan en los sentimientos, dudas y decisiones, no en la aceptación de la comunidad. Esta naturalidad con la que se vive la diversidad se pone de relieve con otros personajes masculinos (muy estereotipados), como Olivier, director de moda, y Andrew, asistente de dirección, que actúa en sus ratos libres como *drag*. Adena, Tya y Eva, parejas de Kat, se representan como mujeres lesbianas multirraciales, poderosas y trabajadoras.

La experimentación sexual recae en dos protagonistas y situaciones: Jane y sus artículos que exploran la sexualidad y Kat que pretende responderse a sí misma cuál es su identidad sexual mediante relaciones abiertas, heterosexuales y bisexuales. En la

línea de Lacalle y Castro (2017) la infidelidad como tema recurrente en las ficciones seriales aparece retratada en *The Bold Type* a través de tres de sus protagonistas: Sutton y Jacqueline con sus ex amantes y Kat, por cuestión de placer y experimentación. Las relaciones sentimentales también son cambiantes, exhibiendo relaciones complicadas, que evolucionan con el devenir de las temporadas. Aunque experimenten, amorosa y sexualmente, siempre tienen una persona de referencia: Jane a Ryan, Kat a Adena, Sutton a Richard y Jacqueline a Ian.

El nivel económico de todas las protagonistas es alto, creando un contexto en el que se potencia la sociedad del consumo mediante la tiranía de la moda, ejercida en diversos productos serializados (Morejón-Llamas, 2020) y que casa a la perfección con el neocapitalismo intensivo. Jane, periodista, y Sutton, ayudante de moda, manifiestan un alto nivel de vida que no se corresponde con sus ingresos, de hecho, en el caso de Sutton, este será muy alto tras contraer matrimonio con Richard, un adinerado miembro de Safford Publishing –grupo de comunicación de Scarlet–, evidenciando no una dependencia económica, pues ella trabaja, pero sí una mejora.

Las protagonistas se presentan como autosuficientes en su economía y actividad laboral (Lacalle e Hidalgo-Marí, 2016). Estas mujeres son exitosas en sus empleos y crecen gracias a su propio esfuerzo, aunque a ellas les cuesta más que a los hombres lograrlo, a excepción de Jacqueline. Igualmente, también les supone un sacrificio extra romper el techo de cristal (Hidalgo-Marí, 2017), pues cuando estas llegan a la dirección, no ascienden al siguiente escalón, la Junta, presidida por dos mujeres y una veintena de hombres. Esto se pone de relieve cuando Kat le dice a Jane: «¿Qué hace falta para ser un miembro de la junta? Ser calvo, trajes de confección, hacer malabares» (T1E6).

En cuanto a la actitud de estas cuatro protagonistas existe diversidad en sus comportamientos, dibujando una amplia gama de mujeres que enfrentan la vida según sus propios recursos y sus percepciones, pero siempre poniendo de manifiesto el empoderamiento femenino gracias a la sororidad. Se deshacen del estereotipo de mujer conflictiva que necesita pisar a sus rivales para el ascenso profesional y que critica y menosprecia el trabajo de otras mujeres. Incluso derriban estereotipos como el de mujer exitosa, altiva y dura (Lacalle y Gómez, 2016).

Estas mujeres son capaces de marcar el territorio cuando sus parejas intentan rescatarlas, ayudarlas o defenderlas, deconstruyendo esa imagen de mujer rescatada-dependiente, presente en los arquetipos femeninos patriarcales. Esa ayuda que rechazan de los hombres se sustituye por la solidaridad femenina, que entierra la lucha exhibida en otros productos de la pequeña pantalla (Menéndez-Menéndez, 2014). Además, son positivas y proactivas, solucionan sus problemas, toman iniciativas y abren debates, a excepción de Jane, la joven periodista que vive en un drama constante por problemas reales –orfandad por parte de madre, predisposición al cáncer, doble mastectomía– y por una dramatización de sus situaciones personales y laborales. Jane tiene miedo a los cambios, duda de sí misma y se apoya en otros para reforzarse demostrando una actitud reactiva. En sus relaciones son integradoras, a excepción de Sutton, que no teme mentir o hacer lo necesario para conseguir alcanzar la dirección de moda, aunque sea a través de la manipulación. También será agresiva en sus imposiciones, pues no hay nada que la puede detener en su carrera profesional, al igual que Kat, que lucha con agresividad para conseguir acabar con las injusticias sociales, sobre todo aquellas que atañen al feminismo, al racismo o a la diversidad de género. Jane demuestra ser interesada cuando busca la noticia, aunque siempre se ciña a la ética profesional. En cambio, Jacqueline, al igual que Kat, será altruista, integradora y asertiva al combinar con naturalidad el poder y la empatía, como se expuso anteriormente.

Además, existe un equilibrio entre mujeres emocionales, Jane y Kat, y mujeres racionales, Jacqueline y Sutton. Esa racionalidad las llevará a rechazar el amor por crecer profesionalmente –Jacqueline y su crisis matrimonial; Sutton cuando decide quedarse en Manhattan trabajando, aunque su prometido Richard se mude a San Francisco o cuando pide divorciarse porque no quiere ser madre–.

3.3. Nuevos ejes para la Cuarta Ola Feminista

The Bold Type inicia en cada uno de sus capítulos un debate actual sobre las condiciones de vida de las mujeres, la desigualdad y las violencias a las que son sometidas, trayendo a colación mensajes enmarcados en la Cuarta Ola Feminista (Aguilar-Barriga, 2020), referenciada expresamente en el T2E8. También en el piloto, cuando se sentencia la intencionalidad del producto con una frase de Jacqueline, la jefa, sobre la revista Scarlet: «Somos una revista de moda que habla de vaqueros, pero de esos vaqueros que te permiten escalar el mundo».

El feminismo, eje central de la serie, interacciona con otras denuncias sociales expuestas en movimientos como #blacklivesmatter, #MeToo, #TimesUp y #bodypositive, traspasando en ocasiones la pantalla. Aisha Dee, actriz que da vida a Kat, denunció en Instagram la falta de representatividad del colectivo LGTBI+ y la falta de equidad multirracial en los equipos artísticos y creativos, lo que retrasa el avance de género en el producto final. La audiencia social y su presión en redes, apoyada por Dee, motivó que los guionistas crearan un cierre alternativo para la cuarta temporada (Mullor, 2021).

El abordaje de las temáticas y discursos feministas siempre se ejerce con un tono divulgativo, informativo y preventivo, en especial en asuntos ligados a la sexualidad y a la salud femenina. También, en tono de advertencia cuando se refiere a la cosificación de las mujeres en las redes sociales y en la nueva industria cultural.

Tabla 4. Temas y subtemas relacionados con el feminismo

Temas	Subtemas
Carrera profesional	<ul style="list-style-type: none"> – Conciliación laboral-familiar – Techo de cristal – <i>Mobbing</i>, acoso laboral y sexual – Implicaciones y activismo social – Implicaciones políticas
Sexualidad	<ul style="list-style-type: none"> – Exploración del placer femenino – Relaciones satisfactorias – Poligamia – Pornografía femenina – Aplicaciones de citas como reclamo sexual – Diversidad sexual – Cosificación sexual de las mujeres – Naturalización de los cuerpos – Actividad sexual en la vejez

Discriminación positiva	<ul style="list-style-type: none"> - De género: paridad en las empresas, en las instituciones y en la política, asociacionismo femenino - De origen cultural/identidad sexual: inclusión multirracial y sexual en las empresas
Salud femenina	<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia médica a mujeres - Impuesto rosa - Mutación genética y predisposición a los cánceres femeninos (mama, cuello de útero y ovarios) - Abordajes quirúrgicos (mastectomía o doble mastectomía, extirpación del útero) - Enfermedades de transmisión sexual - Menstruación - Menopausia - Métodos anticonceptivos - Aborto
Maternidad	<ul style="list-style-type: none"> - Maternidad monoparental - Edad fértil - Postergación o negación a la maternidad - Congelación de óvulos - Carga mental - Limitaciones económicas
Mujeres en redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Ciberacoso - Ciberagresión - <i>Sexting</i> - Delitos de odio - Machismo cibernético - Libertad de expresión - Foros de conversación femenina - Redes como sustento económico - Activismo en red
Hábitos de vida	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción del deporte - Promoción de la alimentación saludable

Fuente: elaboración propia

Las mujeres en *The Bold Type* enfrentan diversos obstáculos en sus carreras profesionales, que van desde la conciliación familiar hasta la presencia de techos de cristal que parecen irrompibles. Estas barreras incluyen el *mobbing* y el acoso laboral perpetrados por magnates de las industrias culturales, así como los abusos sexuales en el lugar de trabajo. Estos elementos no solo limitan el crecimiento profesional de las mujeres, sino que también reflejan una realidad social en la que el poder y el control se utilizan para intimidar y silenciarlas. Además, la serie destaca las limitaciones que enfrentan las mujeres en los movimientos sociales y sus carreras políticas, donde las estructuras patriarcales y la falta de apoyo institucional dificultan su avance y visibilidad.

La serie examina la sexualidad femenina de manera abierta y progresista. Aborda la exploración del placer femenino y muestra relaciones satisfactorias (Kornfield y Long, 2023). En ocasiones promueve la poligamia, huyendo de mitos del amor romántico (mito del matrimonio o mito de la exclusividad) (Rebollo-Bueno, 2023), apostando por la apertura en las relaciones amorosas y sexuales. También se enfoca en la pornografía dirigida al público femenino y en el uso de las aplicaciones de citas como medio para la exploración sexual. Además, se trata la diversidad sexual y la cosificación de las mujeres, desafiando las normas tradicionales y promoviendo la naturalización de los cuerpos y la actividad sexual en la vejez. Este enfoque contribuye a una representación más inclusiva y realista de la sexualidad femenina, ligadas al feminismo liberal.

En *The Bold Type* la discriminación positiva de género es interseccional, pues converge con la multiétnicidad y las diversidades sexuales, propias del feminismo racial y posmoderno. La serie aboga por la paridad en las empresas, las instituciones y la política, y destaca la importancia del asociacionismo femenino, relacionado con el feminismo radical. También se enfoca en la inclusión multirracial y sexual en el ámbito laboral, promoviendo un entorno más diverso y equitativo. Estos esfuerzos son esenciales para combatir la desigualdad y crear oportunidades para todas las mujeres, independientemente de su origen o identidad.

La serie abre el debate sobre varios aspectos de la salud femenina, desde la asistencia médica y los impuestos rosa hasta la predisposición genética a ciertos cánceres (como el de mama, cuello de útero y ovarios) y los abordajes quirúrgicos necesarios (mastectomía, extirpación del útero). También se discuten temas como las enfermedades de transmisión sexual, la menstruación, la menopausia, los métodos anticonceptivos y el aborto espontáneo, sin abrir el debate sobre la interrupción voluntaria del embarazo. Se habla de enfermedades de transmisión sexual con un tono divulgativo, así como de las dolencias que sufren las mujeres durante la menstruación o las sensaciones y desafíos que enfrentan en la menopausia. Este enfoque integral permite una mayor comprensión de los retos únicos que enfrentan las mujeres en relación con su salud.

La maternidad es otro tema crucial, donde se exploran las limitaciones económicas y las dificultades de la monoparentalidad. La serie también indaga en la presión sobre la edad fértil, la postergación de la maternidad o la decisión de no tener hijos por desear una carrera laboral exitosa, así como la congelación de óvulos como solución a este debate interno que las obliga a elegir entre familia y trabajo. Además, se destaca la carga y la culpabilidad emocional que sienten muchas mujeres en la delegación de funciones. Estas narrativas reflejan las complejidades y las decisiones difíciles que muchas mujeres enfrentan, lo que ayuda a comprender las bajas tasas de natalidad y el incremento de la edad en la maternidad.

Las redes sociales desempeñan un papel significativo en la vida de los personajes de *The Bold Type*, tanto como una plataforma para el empoderamiento (ciberfeminismo) como un espacio de vulnerabilidad. La serie aborda el ciberacoso, la ciberagresión, el *sexting* y los delitos de odio, así como el machismo cibernético. También se discuten las limitaciones a la libertad de publicación sobre los cuerpos femeninos (como el movimiento #freenipple) y los foros de conversación femenina. Al mismo tiempo, se muestra el potencial de las redes sociales para empoderar económica y socialmente a las mujeres, ofreciendo una plataforma para la autoexpresión y la conexión.

La ficción promueve hábitos de vida saludables, como el deporte y la alimentación sana. A través de personajes como Jacqueline, que a menudo aparece haciendo ejercicio en su despacho, la serie subraya la importancia del *running*, del yoga y del pilates. Además, se destaca la necesidad de mantener una alimentación equilibrada, con ejemplos frecuentes de ensaladas y comidas saludables. Estos hábitos no solo contribuyen al bienestar físico, sino que también refuerzan la idea de autocuidado y empo-

ramiento personal. A pesar de esto, en momentos de desestabilización emocional acuden a la comida basura y al alcohol como método de liberación, otro cliché del cine que asocia los atracones con los problemas emocionales (Hundley, 1995).

The Bold Type, además de ser feminista en sus temáticas, lo es en el vocabulario inclusivo que emplea, utilizando conceptos como feminismo interseccional, patriarcado, empoderamiento, problemas de género; también con nuevos conceptos que apelan a la identificación, como cisgénero, transgénero, *queer*, pansexual, etc. El desafío queda reflejado con la movilización de las protagonistas, por ejemplo, cuando muestran sus pechos por la censura en Instagram en el T1E6 y denuncian los abusos y agresiones sexuales en el T2E1, «Soporta el peso» y en el T2E6, «Efecto dominó». Como Kat anuncia en el T1E9: «No hay feminismo sin interseccionalidad» por esto el feminismo converge con la xenofobia (cuestionamiento de la inmigración, rechazo de la utilización del hiyab, ejecución de deportaciones, otorgamiento de dobles nacionalidades, concesión de visados de trabajo, estigmatización y asociación a la conflictividad, actitudes de represión policial) y la diversidad sexual (nuevas identidades de género, nuevas identidades sexuales). El movimiento #blacklivesmatter queda reflejado, demostrando una vez más la interseccionalidad temática entre el feminismo y la multiculturalidad (Garrido y Zapsi, 2020; Lotz, 2001).

Además, abordan el sacrificio de ser madre, la presión biológica de las mujeres y el alto precio a pagar para poder congelar óvulos y postergar la maternidad como consecuencia del mercado laboral. Se habla de aborto y se hace desde otra perspectiva, más sensible, aunque conservadora (Hidalgo-Marí y Palomares-Sánchez, 2020), al escenificar la interrupción involuntaria del embarazo en vez de la decisión voluntaria de la protagonista –Sutton no quiere seguir adelante por ver mermada su carrera profesional, por eso, cuando aborta, siente alivio–. La innovación reside en la sororidad de sus amigas al comprenderla, no juzgarla y liberarla, dibujando la amistad como una red de seguridad.

4. Discusión y conclusiones

Partiendo del planteamiento de Lotz (2001) y de la teoría del rol social de Eagly (1987), consideramos que *The Bold Type* derriba algunos estereotipos de género al producir cambios sustanciales en los roles de estas mujeres, también en sus relaciones con otras mujeres y con los hombres. Se trata de una serie feminista y trasgresora por cómo representa a sus protagonistas en su dimensión psicológica, sociológica y conductual, aunque no tanto en la dimensión física por su falta de diversidad, contraponiéndose a productos como *Orange is the New Black* (Netflix, 2013-2019) (Martínez-García y Aguado-Peláez, 2017). Aunque son mujeres bellas, no se aprovechan de su físico, de hecho, llegan a preocuparse por cómo los demás perciben sus ascensos laborales por tratarse de mujeres atractivas, acabando con el estereotipo de mujer aprovechada-objeto sexual. También por la apología al alto nivel de vida de sus protagonistas y a la banalización del consumo (Morejón-Llamas, 2020), que impiden ver a las mujeres en diferentes contextos socioeconómicos y relacionan el éxito con la creación de riqueza, supeditando la construcción de nuevas identidades a los intereses capitalistas de la televisión (Bonavitta y De-Garay-Hernández, 2019; Kornfield y Bassett, 2023).

A pesar de esto, se puede considerar feminista por las estrategias narrativas relacionadas con cuestiones como la sororidad, la independencia económica de sus protagonistas, el contexto laboral en el que se centran y las denuncias y movilizaciones que escenifican una apuesta por la diversidad sexual y de género, por la multiculturalidad y por el feminismo (Garrido y Zapsi, 2021). Cabe reseñar que la única relación lésbica de la serie exhibe a una pareja poderosa, aunque compleja, cayendo en sus personajes

el peso de todos los temas introducidos por la interseccionalidad de la Tercera Ola Feminista y por la violencia hacia las mujeres de la Cuarta Ola (Garrido-Rodríguez, 2021).

En este sentido, *The Bold Type* ofrece una concepción poliédrica de la representación femenina, que tiene como nexo la sororidad inquebrantable (Cuenca-Orellana y Martínez-Pérez, 2020) en términos personales y profesionales. Las protagonistas son capaces de conciliar su vida familiar, personal y laboral en sintonía a los nuevos productos serializados (Lacalle e Hidalgo-Marí, 2016), aunque no son representadas como superwomen incansables (Hidalgo-Marí, 2017), pues deben ceder en sus vidas familiares o relacionales para centrarse en el contexto laboral. Este espacio termina comportándose como un lugar clave para el empoderamiento femenino, aunque para ello se deba o elija sacrificar ciertos ámbitos de la vida privada (Fegitz, 2023). En este sentido, Jacqueline encarna a uno de los personajes más trasgresores, pues, aun siendo la directora de la revista, no se dibuja como una mujer perfecta que llega a todo. Esto se refleja en la ficción con una crisis matrimonial y el reproche de su marido por su dedicación al trabajo y la falta de presencia en momentos importantes para la familia.

Aunque los avances son evidentes, se siguen exponiendo relaciones estereotipadas como la imposibilidad de amistad entre hombres y mujeres, la asociación del éxito a la infidelidad, o las relaciones entre hombre adulto y mujer joven. Por esto, algunas relaciones sentimentales siguen siendo tóxicas y complicadas. Estas mujeres se presentan como liberadas sexualmente, con una vida sexual activa, no ligada siempre a las relaciones románticas y la seducción, como se expone en otros contenidos (Lacalle y Castro, 2017), aunque desean ser amadas, profesando el «mito del amor romántico» (Cambra-Badii et al., 2019), un asunto ya percibido por Gavilán et al. (2019), cuyas entrevistadas denunciaban la necesidad de las protagonistas de recurrir a las relaciones amorosas como significado de la felicidad. También en series destinadas a adolescentes, en las que se representan personajes femeninos con problemas de autopercepción (Valenzuela-Monreal et al., 2023: 16).

Las temáticas que introduce *The Bold Type* superan productos previos, al abordarse desde la divulgación y la prevención, por ejemplo, cuando exponen el cáncer de mama (Lacalle y Gómez-Morales, 2018) de una de sus protagonistas, u otras cuestiones sobre salud sexual como las enfermedades de transmisión sexual, la menstruación, los métodos anticonceptivos, la congelación de óvulos, o el aborto (Hidalgo-Marí y Palomares-Sánchez, 2020). También otros temas ligados a la sexualidad, como el placer femenino, los límites sexuales, la experimentación, la pornografía, las *apps* de citas, así como los que denuncian las agresiones sexuales, abusos y violaciones, retratando con gran honestidad la figura de los depredadores sexuales y la valentía de las víctimas. La serie proporciona información y fomenta el debate a través de los diálogos y las tramas, que inciden en los derechos reproductivos, en la importancia del consentimiento en las relaciones –promoviendo una cultura de respeto y comunicación abierta– y el poder del ciberfeminismo para amplificar sus voces y crear apoyo en red.

Las tramas, por tanto, se encuentran contextualizadas en la Cuarta Ola Feminista y se caracterizan por la lucha contra cualquier violencia hacia la mujer (Donstrup, 2022). Esto queda de manifiesto cuando se presentan situaciones en las que las protagonistas deben lidiar con conductas indebidas en el lugar de trabajo, ilustrando no solo el impacto personal y profesional del acoso, sino también la importancia de la solidaridad y el apoyo mutuo entre mujeres para confrontar y superar estas situaciones. La ficción retrata el abuso de poder en todas las esferas al mismo tiempo que muestra cómo las protagonistas navegan en estas dinámicas, buscando justicia y responsabilización para sus acosadores. Esto guarda una estrecha relación con el activismo social y político

en la serie (Kornfield y Long, 2023), que busca crear conciencia y movilizar mediante la acción colectiva para erradicar la violencia contra las mujeres.

La serie también refleja la paridad entre hombres y mujeres, incidiendo en la igualdad en el ámbito laboral. Las tramas muestran los esfuerzos de las protagonistas para lograr la igualdad salarial y la paridad en roles de liderazgo. Esto incluye la lucha contra los techos de cristal y la promoción de un entorno laboral inclusivo y equitativo, demostrando que el feminismo se practica en y a través del trabajo: «they strengthen the cultural discourse that work is meaningful and, thus, sacrificing one's private life in labour –and time– intensive careers is not only worthwhile, but also morally preferable» (Fegitz, 2023:13). *The Bold Type* se esfuerza por representar a mujeres en posiciones de poder y liderazgo, destacando la capacidad y competencia de las mujeres en roles tradicionalmente dominados por hombres. Este enfoque no solo desafía los estereotipos de género, sino que también inspira a las espectadoras a aspirar a roles similares. Plantea la interseccionalidad al mostrar la diversidad entre sus personajes femeninos, incluyendo mujeres de diferentes orígenes raciales, orientaciones sexuales y contextos socioeconómicos, propias del feminismo posmoderno (Donstrup, 2022).

La necesidad de vigilar la evolución de las mujeres en los productos serializados es incuestionable, tal como lo es examinar las nuevas masculinidades, que vienen a exponernos una renovada cosmovisión en la que se perfilan «hombres sensibles, comprensivos, consejeros, cuidadores, afectivos, pacientes y que hacen trabajo doméstico» (Contreras y Alfaro-Beracoechea, 2021: 303), también observados en *The Bold Type*. A pesar de las limitaciones de este estudio, aventuramos una proyección femenina libre de estereotipos dentro y fuera de las pantallas, gracias al esfuerzo de inclusión en los repartos y equipos creativos y técnicos, que pueden contribuir a un nuevo y positivo modelado de roles y estereotipos en las audiencias.

5. Agradecimientos

Este artículo ha sido traducido al inglés por la empresa American Journal Experts (AJE) a quien agradecemos su trabajo.

Fuentes de financiación: Universidad Loyola Andalucía, España

6. Conflicto de intereses

La autora declara no tener ningún conflicto de intereses.

7. Referencias bibliográficas

Aguilar Barriga, N. (2020). Una aproximación teórica a las olas del feminismo: la cuarta ola. *Femeris*, 5(2), 121-146. <https://doi.org/10.20318/femeris.2020.5387>

Belmonte, J., & Guillamón, S. (2008). Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV. *Comunicar*, 31, 115-120. <https://doi.org/10.3916/c31-2008-01-014>

Bernárdez-Rodal, A. (2017). Cultura mediática y feminismo: identidad, política e ideología en el universo mainstream. *Investigaciones Feministas*, 8(2), 317-321. <http://dx.doi.org/10.5209/INFE.55315>

- Bonavitta, P., & De-Garay-Hernández, J. (2019). La casa de papel, Rita y Merlí: entre nuevas narrativas y viejos patriarcados. *Investigaciones Feministas*, 10(2), 207-221. <https://doi.org/10.5209/infe.66490>
- Cambra-Badii, I., Mastandrea, P., Paragis, M. P., & Martínez, D. (2019). Big Little Lies: una serie contemporánea sobre la representación de la subjetividad femenina y la violencia hacia la mujer. *Comunicación y Medios*, 28(39), 14-29. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2019.51522>
- Cascajosa-Virino, C. (2017). Tiempos difíciles, mujeres protagonistas: la obra televisiva de Virginia Yagüe. *Investigaciones Feministas*, 8(2), 385-400. <https://doi.org/10.5209/INFE.55073>
- Cascajosa-Virino, C. (2018). Las series de televisión españolas ante la llegada de los servicios VOD (2015-2017). *Profesional de la información*, 27(6), 1303-1312. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.13>
- Cascajosa-Virino, C. (2019). Mar Coll's Matar al padre / Killing the Father (Movistar+ 2018): a female Auteur between film and television in Spain. *Feminist Media Studies*, 19(7), 977-990. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1667063>
- Contreras Tinoco, K., & Alfaro-Beracoechea, L. (2021). Género y ficción televisiva: ¿Nuevas feminidades y masculinidades en la serie mexicana Club de Cuervos? *Cuadernos.Info*, 51, 288-309. <https://doi.org/10.7764/cdi.51.27299>
- Coronado, C., & Galán, E. (2015). ¿Tontas y locas?: Género y movimientos sociales en la ficción televisiva sobre la Transición Española. *Historia y Comunicación Social*, 20(2), 327-343. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51387
- Cuenca-Orellana, N., & Martínez-Pérez, N. (2020). Reescribiendo la feminidad en las series españolas: las nuevas heroínas en La otra mirada. *RPC*, 2, 69-77. <https://doi.org/10.21555/rpc.v0i2.2337>
- De-Caso-Bausela, E., González-De-Garay, B., & Marcos-Ramos, M. (2020). Representación de género en las series generalistas de televisión españolas emitidas en prime time (2017-2018). *Profesional de la Información*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.08>
- Donstrup, M. (2022). Feminism on Amazon Prime TV-series. *Multidisciplinary Journal of Gender Studies*, 11(1), 24-48. <https://doi.org/10.17583/generos.6758>
- Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Editorial Erlbaum.
- Fegitz, E. (2023). Neoliberal feminism and intergenerational relations at work: an analysis of media representations of feminist mentorship in popular culture. *Feminist Media Studies*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/14680777.2023.2258300>
- Fernández-Manzano, E. P., Neira, E., & Clares-Gavilán, J. (2016). Gestión de datos en el negocio audiovisual: Netflix como caso de estudio. *Profesional de la Información*, 25(4), 1699-2407. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.jul.06>
- Galán, E. (2006). Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva. *Revista ECO-PÓS*, 9(1), 58-81. <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v9i1.1060>
- Galán, E. (2007). Construcción de género y ficción televisiva en España. *Comunicar*, 15(28), 229-236. <https://doi.org/10.3916/C28-2007-24>
- Garrido Rodríguez, C. (2021). Repensando las olas del feminismo. Una aproximación teórica a la metáfora de las olas. *Investigaciones Feministas*, 12(2), 483-492. <https://doi.org/10.5209/infe.68654>

- Garrido, R., & Zaptsi, A. (2021). Archetypes, Me Too, Time's Up and the representation of diverse women on TV. *Comunicar*, 68, 21-33. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-02>
- Gavilán, D., Martínez-Navarro, G., & Ayestarán, R. (2019). Las mujeres en las series de ficción: el punto de vista de las mujeres. *Investigaciones Feministas*, 10(2), 367-384. <https://doi.org/10.5209/infe.66499>
- Gordillo-Álvarez, I., Guarinos, V., Ramírez-Alvarado, M. A., & Jaime De Pablo, M. E. (2009). Mujeres adolescentes y envejecientes en las series de televisión. Conflictos de identificación. En *Identidades Femeninas en un Mundo Plural. IV Congreso Internacional de la Asociación Universitaria de Estudios de las Mujeres* (pp. 327-334). <https://idus.us.es/handle/11441/25638>
- Gutiérrez-San Miguel, B., Catarina Pereira, A., & Acle Vicente, D. (2020). De los estereotipos a la brecha de género y la vida después de los 70 años en la serie Grace y Frankie. *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, 413-430. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1465>
- Hidalgo-Marí, T. (2017). De la maternidad al empoderamiento: una panorámica sobre la representación de la mujer en la ficción española. *Prisma Social*, 2, 291-314. <https://bit.ly/3AZcc9X>
- Hidalgo-Marí, T., & Palomares-Sánchez, P. (2020). Ser madre en la ficción televisiva: una comparativa entre series españolas y estadounidenses. *Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria*, 20(1), 123-137. <https://dx.doi.org/10.5209/arab.62518>
- Hundley, H. L. (1995). The Naturalization of Beer in Cheers. *Journal of Broadcast and Electronic Media*, 39(3), 350-359. <https://doi.org/10.1080/08838159509364311>
- Kornfield, S., & Bassett, E. (2023). Televising popular feminism. *Popular Communication*, 21(1), 15-28. <https://doi.org/10.1080/15405702.2022.2071900>
- Kornfield, S., & Long, C. (2023). Bold resistance: Developing tenets of femme analysis for an era of popular feminism. *Sexualities*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/13634607231152597>
- Lacalle, C., & Hidalgo-Marí, T. (2016). La evolución de la familia en la ficción televisiva española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 470-483. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1105>
- Lacalle, C., & Castro, D. (2017). Representations of female sexuality in Spanish television fiction. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 24(75), 45-64. <https://doi.org/10.29101/crcs.v0i75.4656>
- Lacalle, C., & Gómez, B. (2016). La representación de las mujeres trabajadoras en la ficción televisiva española. *Comunicar*, 47, 59-67. <http://dx.doi.org/10.3916/C47-2016-06>
- Lacalle, C., & Gómez-Morales, B. (2018). Educar entreteniéndolo: los problemas de salud de los personajes femeninos en la ficción TV española. *Signo y Pensamiento*, 37(73). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp37-73.eeps>
- López, F. J., & Raya Bravo, I. (2019). Teresa Fernández-Valdes y la producción femenina de series de televisión en España. Las chicas del cable como caso de estudio. *Feminist Media Studies*, 19(3), 1-15. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1667062>
- Lotz, A. (2001). Postfeminist television criticism: Rehabilitating critical terms and identifying postfeminist attributes. *Feminist Media Studies*, 1(1), 105-121. <https://doi.org/10.1080/14680770120042891>

- Mancinas-Chávez, R., & Morejón-Llamas, N. (2012). Presencia social de las mujeres en series de ficción y cine estadounidense: análisis de estereotipos, contextualización, diagnóstico y perspectiva. En *Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género, Sevilla* (pp. 1259-1272). Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/38475>
- Marcos-Ramos, M., & González-De-Garay, B. (2021). Gender Representation in Subscription Video-On-Demand Spanish TV Series. *International Journal of Communication, 15*, 581-604. <https://bit.ly/2X8W5sp>
- Martínez-García, P., & Aguado-Peláez, D. (2017). La reapropiación de los cuerpos de las mujeres en la ficción televisiva. Análisis de Orange is the New Black. *Investigaciones Feministas, 8*(2), 401-413. <https://doi.org/10.5209/INFE.54974>
- Masanet, M. J., & Fedele, M. (2019). El «chico malote» y la «chica responsable»: modelos aspiracionales y representaciones juveniles en las teen series españolas. *Palabra Clave, 22*(2), e2225. <https://doi.org/10.5294/pacla.2019.22.2.5>
- Mateos-Pérez, J. (2021). Modelos de renovación en las series de televisión juveniles de producción española. Estudio de caso de Merlí (TV3, 2015) y Skam España (Movistar, 2018). *Doxa Comunicación, 32*, 143-157. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n32a7>
- Mateos-Pérez, J., & Ochoa-Sotomayor, G. (2016). Contenido y representación de género en tres series de televisión chilenas de ficción (2008-2014). *Cuadernos.info, 39*, 55-66. <https://doi.org/10.7764/cdi.39.832>
- Medina-Bravo, P., Aran, S., Rodrigo Alsina, M., Munté, R. A., & Guillén, M. (2009). La representación de la maternidad en las series de ficción norteamericanas. Propuesta para un análisis de contenido. *Desperate Housewives y Brothers & Sisters*. En *II Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación*. <https://bit.ly/3BSrHS7>
- Menéndez Menéndez, M. I. (2014). Ponga una mujer en su vida: análisis desde la perspectiva de género de las ficciones de TVE «Mujeres» y «Con dos tacones» (2005-2006). *Área Abierta, 14*(3), 61-80. https://doi.org/10.5209/rev_ARAB.2014.v14.n3.45722
- Menéndez-Menéndez, I., & Zurian, F. (2014). Mujeres y hombres en la ficción televisiva norteamericana hoy. *Anagramas. Rumbos y sentidos de la comunicación, 13*(25), 55-72. <https://doi.org/10.22395/angr.v13n25a3>
- Morejón-Llamas, N. (2020). Estereotipos de género y ciberbullying en las series de ficción adolescentes: un análisis comparativo de Gossip Girl, Pretty Little Liars y Get Even. *Fonseca, Journal of Communication, 21*, 125-145. <https://doi.org/10.14201/fjc202021125145>
- Mullor, M. (25 de marzo de 2021). The Bold Type: el final de la temporada 4 se cambió en el último momento. *Fotogramas*. <https://acortar.link/MwK5PW>
- Padilla, G., & Sosa Sánchez, R. P. (2018). Ruptura de los estereotipos de género en la ficción televisiva sobre el poder político: el caso Borgen. *Vivat Academia. Revista de Comunicación, 145*, 73-95. <https://doi.org/10.15178/va.2018.145.73-95>
- Parra-García, P., Postigo-Gómez, I., & Vera-Balanza, T. (2019). Resistencias y variaciones de la construcción del género en la nueva ficción seriada. Girls y Big Little Lies. *Revista Comunicación y género, 2*(2), 233-247. <https://dx.doi.org/10.5209/cgen.66514>
- Piñuel, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística, 3*(1), 1-42. <https://bit.ly/3jfrQYA>
- Rebollo-Bueno, S. (2023). Ideología y mitos del amor romántico en los dating shows. Estudio de audiencia de La isla de las tentaciones. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 29*(3), 677-688. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.84540>

Ruiz-Muñoz, M. J., & Pérez-Ruffí, J. P. (2020). Hermanas, amigas y compañeras en serie. La ficción coral femenina española de las televisiones generalistas y plataformas VOD (1990-2019). *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 26(2), 807-826. <https://doi.org/10.5209/esmp.67828>

Sánchez-Aranda, J. J., Fernández Gómez, E., Gil Gascón, F., & Segado Boj, F. (2011). Las mujeres en la ficción televisiva española de prime time. *I Informe del Observatorio Audiovisual de Identidades de la Universidad Internacional de La Rioja*. Universidad Internacional de la Rioja.

Smith, P. J. (2020). Sociedades dramatizadas: la ficción televisiva de calidad en España y México. *index.comunicación*, 10(3), 181-192. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Socied>

Tous-Rovirosa, A., & Aran-Ramspott, S. (2017). Mujeres en las series políticas contemporáneas. ¿Una geografía común de su presencia en la esfera pública? *Profesional de la Información*, 26(4), 684-694. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.12>

Valenzuela-Monreal, S., Lozano Delmar, J., & Araque-Padilla, R. A. (2023). Evaluating the Presence of Sustainable Development Goals in Digital Teen Series: An Analytical Proposal. *Systems*, 11(4), 195. <https://doi.org/10.3390/systems11040195>

Yubero-Jiménez, S. (2004). Socialización y aprendizaje social. En I. Fernández-Sedano, S. Ubillos Landa, E. Mercedes Zubieta, & D. Páez Rovira (Eds.), *Psicología social, cultura y educación*. Editorial Pearson.